



中国の若者の消費トレンド

The
Insight
Consulting

英杰咨询株式会社

日期：2025年5月20日

调研概述

调研目的：

- 01 通过对**年轻人群体的消费调研**，深入理解他们的消费习惯、需求和偏好等，从而为客户的营销活动提供参考。

02 调研方法：

本次调研采用了**问卷调查和现有数据分析结合**的方式。利用客户现有调查问卷资源，并对近3年的现有数据资料进行了综合分析。

03 调研对象：

主要为**Z世代，1995-2009年出生，年龄范围15-29岁**。涵盖了大学生、职场新人等不同群体。

用户画像①: Z世代是“互联网的原住民”

Z世代主要由“95后”至“00后”组成，他们的成长过程伴随着中国互联网的普及，是名副其实的“互联网的原住民”。2020年，首批Z世代（95后）已经陆续步入职场，开始更为独立的消费生活；00后也已进入大学校园，获得自主度更高的个人消费空间。

图1: Z世代是“网生一代”，成长过程伴随着中国经济的腾飞和互联网的普及

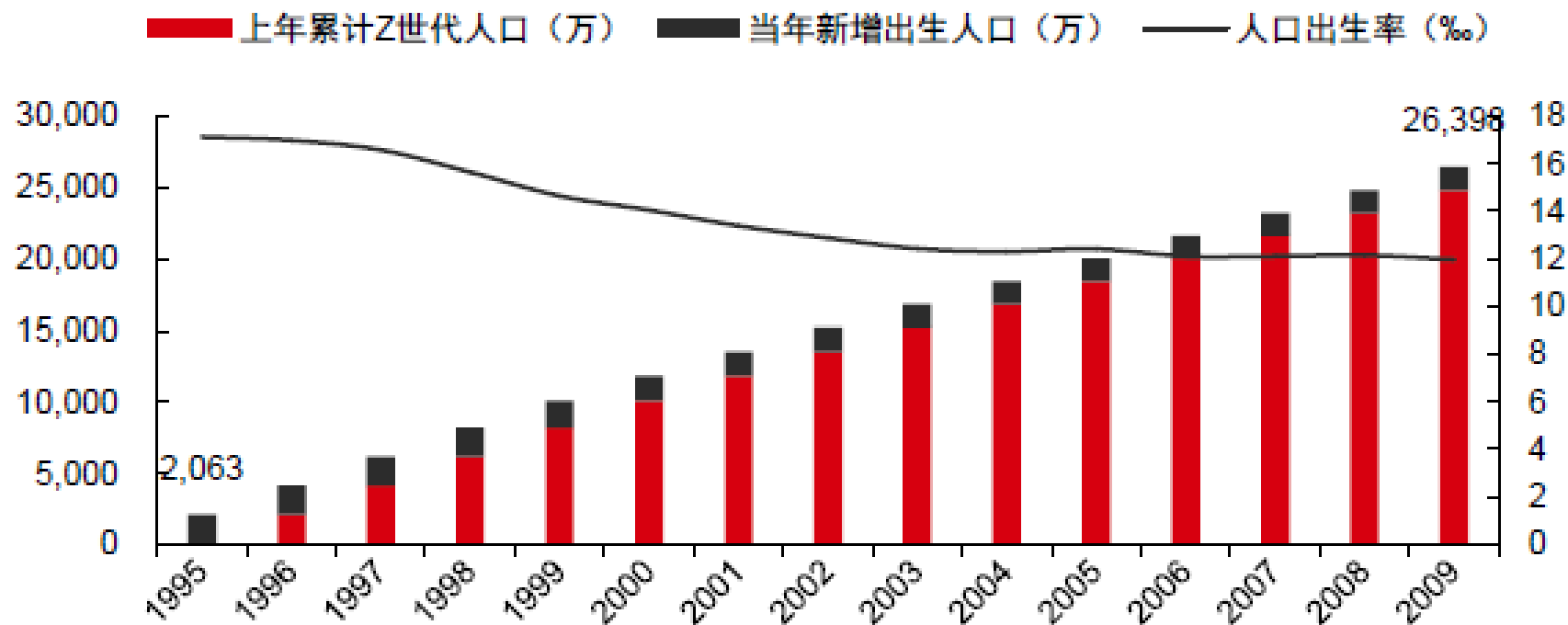


资料来源: 国家统计局, 教育部, 中信证券研究部绘制 (Logo 来自各公司官网)

用户画像②：Z世代的人口规模2.64亿

Z世代人群出生的时期内，我国人口出生率整体呈现逐年下滑趋势，年新增人口数由2,063 万（1995 年）降低至1,615万（2009 年），对应的人口出生率分别为17.12‰和11.95‰。在不考虑人口减损的情况下，我们估算**Z世代人口规模约2.64 亿**，占2020 年底总人口比重约19%。

图 2：Z 世代（1995-2009 年出生）累计人口总数约 2.64 亿



资料来源：国家统计局，中信证券研究部 注：估算Z世代人口总量时未考虑人口减损

免責

- 本介绍内容均来源于客户提供和公开信息
- 本介绍内容版权均属于本公司



英杰咨询株式会社

地址：〒105-0021

東京都港区東新橋2丁目10-10-416

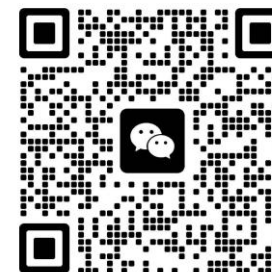
TEL: 03-6435-8449

邮箱: info@the-insight.jp

http: www.the-insight.jp

微信号:

infovip2025



扫一扫上面的二维码图案，加我为朋友。